

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi yang sangat pesat di era digital sekarang ini telah mengubah banyak hal dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam industri perbankan. Berbagai inovasi layanan keuangan berbasis digital seperti *Digital Banking* dan *Internet Banking* yang dapat mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi secara efisien, cepat, dan aman. Menurut (Tsullatul Awalini et al., 2023), transformasi digital di sektor perbankan berperan penting dalam meningkatkan kinerja keuangan melalui efisiensi biaya operasional dan peningkatan kualitas layanan kepada nasabah. Transformasi digital pada dunia bisnis khususnya di kalangan perusahaan sangat dibutuhkan agar tidak mengalami ketertinggalan dengan perusahaan lain yang telah lebih dahulu menerapkan teknologi digital. Di era digital saat ini, sebagian besar badan usaha telah memulai proses integrasi teknologi digital dan bersiap untuk bersaing dengan rekan-rekan mereka yang belum mengalami perubahan digital.

Teknologi kini telah menjadi komponen inti dalam pengembangan strategi bisnis modern. Agar bank dapat beroperasi dengan lebih efisien, perlu mempertimbangkan penerapan teknologi yang tepat guna mengurangi risiko operasional. Perkembangan signifikan sektor industri perbankan di Indonesia dalam kurun waktu dekat ini mengalami perkembangan pesat dan memicu persaingan ketat dalam hal mutu, kinerja, serta harga jasa keuangan, terutama pada bank yang telah go public dan berupaya meningkatkan nilai perusahaannya.

Perusahaan perbankan dituntut mampu melakukan ekspansi yang cepat dan berkelanjutan di tengah kemajuan industri informasi dan telekomunikasi agar tetap kompetitif serta mampu beradaptasi dengan perubahan zaman. Hal tersebut mendorong bank untuk melakukan asimilasi terhadap berbagai fasilitas perbankan elektronik sebagai upaya memperkuat daya saing. Kemajuan teknologi digital yang begitu pesat di Indonesia menjadi contoh potensial bagi lembaga perbankan untuk terus berinovasi dan menyesuaikan diri dengan tren kontemporer. Penerapan transformasi digital pada sistem dan layanan perbankan juga terbukti mempermudah serta mempercepat transaksi nasabah, menjadikannya lebih efisien dan nyaman (Kurniawan et al., 2021)

Permasalahan umum yang sering terjadi pada layanan perbankan digital, terutama di Bank Central Asia (BCA), adalah gangguan teknis pada sistem dan jaringan. Menurut laporan A. Ariesta, “CNBC Indonesia, “2024. Layanan BCA *Mobile* mengalami kesulitan pada sistem, sehingga nasabah kesulitan melakukan transaksi seperti transfer uang, pembayaran via QRIS, dan akses aplikasi yang tertunda. Pihak @HaloBCA melalui akun resmi di platform X (Twitter) juga mengonfirmasi adanya masalah pada sistem m-banking tersebut. Gangguan ini bahkan menjadi keluhan bagi sebagian pengguna yang ingin melakukan transaksi penting. Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun layanan perbankan digital semakin berkembang, risiko operasional dan stabilitas sistem tetap menjadi hambatan besar bagi industri perbankan. Dalam beberapa kasus, nasabah juga mengalami kesalahan saat melakukan transaksi menggunakan layanan *Digital Banking* termasuk masalah seperti gagalnya transfer dana atau penundaan dalam

pemerosesan transaksi. Salah satu produk layanan *Digital Banking* adalah *Mobile Banking* dan *Internet banking*. *Mobile* dan *internet banking* kedua layanan ini adalah jenis jasa perbankan yang menggunakan teknologi informasi sehingga memudahkan para nasabahnya untuk melakukan transaksi perbankan melalui telepon seluler atau handphone.

Menurut Imamah dan (Tsullatul Awal in et al., 2025.), *Mobile Banking* adalah fasilitas layanan perbankan digital yang menyediakan akses transaksi finansial lebih cepat dan realtime. Bentuk layanan ini menghadirkan potensi bagi instansi tersebut demi menciptakan nilai tambah bagi nasabahnya. *Mobile banking* atau *m-banking* ini juga merupakan layanan perbankan yang ditawarkan oleh instansi untuk memfasilitasi efisiensi dan kenyamanan aktivitas operasional perbankan. Setiap masyarakat yang mempunyai handphone dapat memakai layanan tersebut untuk melaksanakan transaksi di mana saja dan kapan pun dengan efisien. Dengan segala keuntungan layanan perbankan ya, harapannya nasabah akan senang dengan berbagai layanan yang disediakan oleh instansi bank tersebut. Nasabah saat ini lebih memilih untuk menggunakan keuangan digital untuk transaksi mereka, sehingga penggunaan penyediaan layanan perbankan digital diharapkan dapat menghasilkan pendapatan dan meningkatkan laba bank (Sumber : OJK, 2023).

Selain *Mobile Banking*, layanan digital lain yang juga berperan penting dalam dunia perbankan adalah *Internet Banking*. Menurut (Rahmawati & Yuliana 2022), *Internet Banking* merupakan layanan perbankan berbasis jaringan internet yang memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi keuangan seperti pengecekan saldo, transfer dana, pembayaran tagihan, hingga pembelian produk

secara daring tanpa harus datang langsung ke kantor cabang bank. Layanan ini memberikan kemudahan bagi nasabah untuk mengakses rekening mereka kapan saja dan di mana saja dengan hanya menggunakan perangkat yang terhubung ke internet. Kehadiran *internet banking* juga menjadi inovasi strategis bagi bank dalam meningkatkan efisiensi operasional serta memperluas jangkauan layanan kepada masyarakat. Dengan adanya *mobile banking* dan *internet banking*, bank dapat menciptakan sistem layanan keuangan yang cepat, mudah, aman, dan sesuai dengan kebutuhan nasabah di era digital saat ini.

Selama pandemi tahun 2020, terjadi peningkatan secara signifikan dalam penggunaan layanan *M banking*. Peningkatan transaksi atas *M banking* diperkirakan akan mendorong peningkatan laba pada industri perbankan. (Malhotra & sing, 2009) mengungkapkan pada penelitiannya bahwa bank yang menawarkan perbankan digital lebih menguntungkan dan efisien secara operasionalnya dibanding bank yang tidak menawarkan perbankan digital. Selain itu, perbankan yang memfasilitasi layanan perbankan digital memiliki kualitas aset yang lebih tinggi dalam mengelola biaya gedung dan peralatan. Internet banking juga dikenal sebagai salah satu layanan dari digital banking yang merujuk pada layanan perbankan dan disediakan melalui platform internet. Dalam internet banking, nasabah dapat mengakses dan mengelola rekening mereka secara elektronik melalui computer, laptop, atau perangkat seluler yang terhubung ke internet.

Kecanggihan teknologi tidak menjamin keamanan dalam melakukan transaksi perbankan. Sebagai contoh, kasus pembobolan internet banking milik bank BCA tahun 2010, yaitu pembuatan situs palsu layanan internet banking BCA

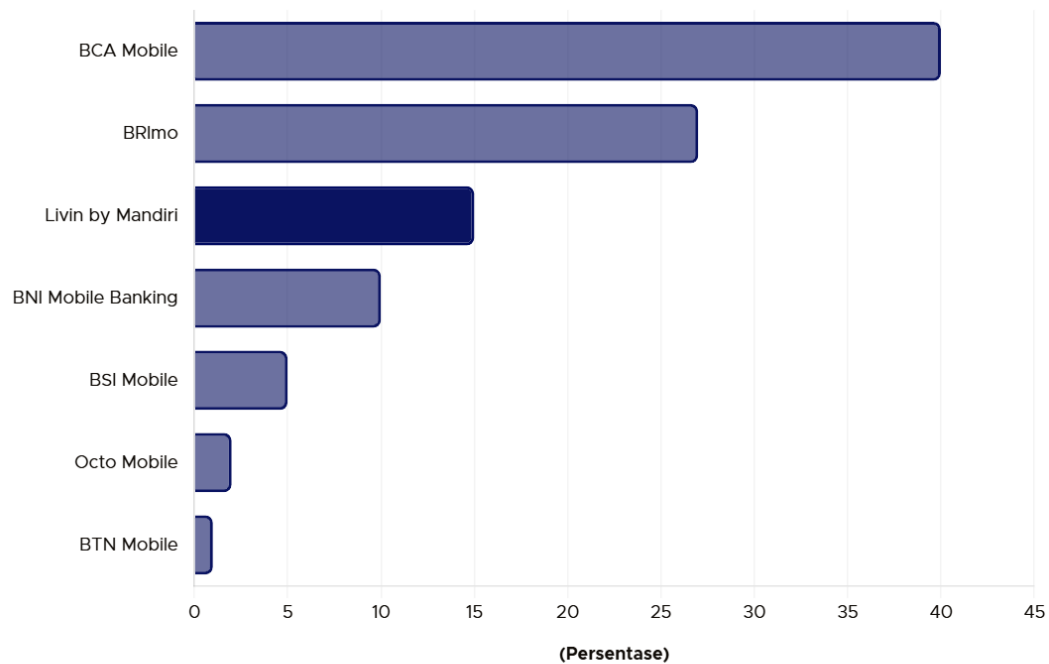
dengan membeli domain domain internet dengan nama yang mirip. Masalah yang kerap itu seperti kesalahan dalam memasukkan informasi atau lupa kata sandi dapat menghambat akses transaksi pada internet, serta masalah teknis seperti gangguan jaringan, gangguan server atau masalah pada situs web.

Menurut (Kasmir, 2019), kinerja keuangan adalah hasil dari berbagai keputusan manajemen yang diambil dan merupakan cerminan dari efektivitas serta efisiensi perusahaan dalam mencapai tujuan keuangannya. Melalui penilaian kinerja keuangan, perusahaan dapat mengetahui tingkat keberhasilan dalam mengelola aset, kewajiban, dan modal untuk menghasilkan laba. Sementara itu, menurut (Herdina & Daryani, 2023), kinerja keuangan juga berfungsi sebagai alat ukur bagi pihak internal maupun eksternal, seperti manajemen, investor, dan kreditor, dalam menilai kemampuan perusahaan mempertahankan eksistensinya dan meningkatkan nilai perusahaan di masa depan. Dengan demikian, kinerja keuangan menjadi indikator penting untuk menilai sejauh mana keberhasilan perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional dan strategi bisnisnya. Selain itu, tingkat profitabilitas juga memiliki peran penting dalam mencerminkan kinerja keuangan perusahaan. Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya.

Rasio profitabilitas sebagai ukuran keberhasilan perusahaan ialah indikator utama untuk mengevaluasi kinerja manajer. Profitabilitas ialah rasio yang mengukur kapasitas bisnis untuk menghasilkan laba. Menurut (Kasmir 2018) rasio profitabilitas merupakan ukuran kapasitas badan usaha dalam menghasilkan keuntungan. Semakin besar nilai profitabilitasnya, maka akan semakin besar pula

laba perusahaan dan semakin besar pula kenaikan harga (Irena A., Hendarmin R. R. & Pebriani R. A., 2023). Dengan kata lain dapat meningkatkan mutu perusahaan. Bank central Asia (BCA) ialah salah satu dari berbagai bank milik negara yang terbesar di Indonesia. Bank BCA berperan aktif dalam perekonomian dengan menawarkan berbagai layanan keuangan untuk mendukung pembangunan nasional. Bank BCA mempunyai tujuan demi menjadi bank umum terkenal yang memperhatikan kepuasan nasabah, sehingga keberadaannya sangat bermanfaat bagi masyarakat.

Sebagai salah satu lembaga keuangan terbesar di Indonesia, BCA terus memperkuat posisinya melalui peningkatan kualitas layanan, pengelolaan likuiditas yang baik, serta pengembangan teknologi digital. Dalam laporan tahunan BCA tahun 2023, disebutkan bahwa fokus jangka panjang perusahaan adalah mempertahankan pertumbuhan yang berkelanjutan melalui ekspansi produk dan layanan, transformasi digital, serta peningkatan daya saing di pasar nasional maupun regional (BCA, 2023) . Komitmen BCA dalam menghadirkan layanan digital yang inovatif tercermin dari popularitas aplikasi *BCA Mobile* dan *KlikBCA* yang memudahkan nasabah dalam melakukan berbagai transaksi keuangan. Berikut adalah data penggunaan aplikasi Mobile Banking yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia pada tahun 2024.



Sumber: Populix

GoodStats

Gambar 1 1Aplikasi Mobile Banking Paling Banyak Di Gunakan Masyarakat Indonesia Tahun 2024

Berdasarkan hasil survei Populix, *BCA Mobile* paling banyak di gunakan oleh responden. Adapun presentasinya mencapai 40 persen pada tahun 2024. Hal tersebut di latar belakang oleh kemudahan yang di tawarkan aplikasi *Mobile Banking*.

Seiring dengan banyak orang di Indonesia yang menggunakan layanan perbankan digital, Bank Central Asia (BCA) terus mengalami pertumbuhan yang cepat dalam penggunaan saluran digitalnya. BCA menjadi salah satu bank yang sangat aktif melakukan perubahan ke arah digital, dengan memperkuat layanan *mobile banking* (*BCA Mobile*) dan *internet banking* (*KlikBCA*). Kedua layanan ini memudahkan nasabah dalam melakukan berbagai jenis transaksi, Minat masyarakat terhadap layanan digital ini terlihat dari peningkatan jumlah

transaksi yang sangat besar dalam lima tahun terakhir. Menurut Laporan Tahunan Bank BCA untuk periode 2020–2024, nilai transaksi melalui *Mobile Banking* dan *Internet Banking* terus meningkat setiap tahunnya, seperti yang terlihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1 Nilai Transaksi Mobile Banking dan Internet Banking BCA tahun 2020–2024 (Dalam Triliun Rupiah)

Tahun	<i>Mobile Banking</i> X1	<i>Internet Banking</i> X2
2020	2.693	11.308
2021	4.049	15.118
2022	5.460	17.471
2023	18.618	6.206,25
2024	21.002	7.000,05

Sumber : Laporan Tahunan PT Bank Central Asia Tbk (BCA) Tahun 2020–2024

Berdasarkan data di Tabel 1.1 di atas, terlihat bahwa nilai transaksi melalui *Mobile banking* dan *Internet banking* Bank BCA terus meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2020, nilai transaksi melalui *mobile banking* mencapai Rp2.693 triliun, lalu meningkat menjadi Rp21.002 triliun pada tahun 2024. Sementara itu, nilai transaksi melalui *internet banking* juga naik dari Rp11.308 triliun pada tahun 2020 menjadi Rp7.000,05 triliun pada tahun 2024.

Naiknya nilai transaksi ini menunjukkan bahwa upaya digitalisasi yang dilakukan BCA berhasil meningkatkan partisipasi nasabah dalam bertransaksi melalui kanal digital. Pertumbuhan yang terus-menerus dari kedua layanan tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi perbankan bukan hanya membuat operasi lebih efisien dan meningkatkan kepuasan nasabah, tetapi juga bisa memberi dampak baik terhadap laba dan kinerja keuangan bank. Karenanya, data ini menjadi dasar dalam penelitian dengan judul “Pengaruh *Mobile Banking* dan *Internet Banking* terhadap Profitabilitas Perbankan pada PT Bank Central Asia Periode 2013–2024.”

Peningkatan nilai transaksi digital tersebut menunjukkan bahwa aktivitas perbankan melalui *mobile banking* dan internet banking berkontribusi terhadap peningkatan kinerja keuangan BCA. Salah satu indikator untuk menilai kinerja keuangan tersebut adalah ***Return On Equity (ROE)*** .

Berikut ialah data rasio ROE pada bank BCA dalam 5 tahun terakhir dimulai tahun 2020-2024 seperti yang tertera pada tabel dibawah ini :

Tabel 1. 1 *Return On Equity* BCA Tahun 2020-2024

NO	Tahun	ROE
1	2020	14,69%
2	2021	15,49%
3	2022	18,42%
4	2023	20,06%
5	2024	22,39%

Sumber: Laporan Keuangan Tahunan Bank BCA (2020–2024)

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *Return On Equity (ROE)* Bank Central Asia (BCA) mengalami peningkatan secara bertahap selama periode tahun 2020-2024. Pada tahun 2020, nilai ROE tercatat sebesar 14,69%, kemudian meningkat menjadi 15,49% pada tahun 2021. Selanjutnya, pada tahun 2022 ROE kembali naik menjadi 18,42%, diikuti oleh peningkatan pada tahun 2023 sebesar 20,06%, dan mencapai nilai tertinggi pada tahun 2024 yaitu 22,39%. Peningkatan ROE tersebut menunjukkan bahwa kinerja keuangan Bank BCA semakin efisien dalam menghasilkan laba bersih terhadap ekuitas yang dimiliki. Hal ini mencerminkan kemampuan manajemen dalam mengoptimalkan modal untuk menghasilkan tingkat pengembalian yang lebih tinggi. Selain itu, tren peningkatan ini juga menandakan pemulihan ekonomi pasca pandemi COVID-19

serta keberhasilan Bank BCA dalam memperkuat transformasi digital dan strategi bisnis yang diterapkan secara berkelanjutan.

Selain memengaruhi peningkatan keuntungan bank, perkembangan layanan digital seperti *mobile banking* dan *internet banking* juga memberikan dampak terhadap ketahanan pangan nasional. Menurut FAO tahun 2023, akses keuangan secara digital berperan penting dalam memperkuat sistem pangan dengan meningkatkan efisiensi distribusi, memberikan akses modal bagi petani, serta meningkatkan transparansi dalam rantai pasok. Hal ini sesuai dengan pandangan Bank Indonesia tahun 2022 yang menyatakan bahwa pengembangan layanan keuangan digital, termasuk *mobile banking* dan *internet banking*, mampu mempercepat proses transaksi sektor riil, terutama bagi pelaku usaha kecil di bidang pertanian dan pangan. Dengan demikian, kemajuan dalam layanan digital perbankan tidak hanya meningkatkan keuntungan lembaga keuangan, tetapi juga mendukung keberlanjutan dan stabilitas ketahanan pangan di Indonesia.

Penelitian ini memilih perusahaan perbankan sebagai objek penelitian karena sektor perbankan merupakan wujud dari kepercayaan investor terhadap stabilitas sistem keuangan dan sistem perbankan suatu negara. Proses *go public* yang dilakukan oleh banyak bank memungkinkan dilakukannya evaluasi terhadap kinerja serta pencapaian keuangan mereka. Selain itu, nilai saham perbankan di Indonesia mencerminkan proyeksi investor yang optimis terhadap pertumbuhan dan ekspansi ekonomi di kawasan ini.

Metrik ROE berfungsi Sebagai indikator pendapatan yang dapat diakses oleh pemilik badan usaha, biasa dan saham Preferen, sebagai imbalan atas modal yang telah diinvestasikan oleh badan usaha. Pengambilan ialah indikator yang digunakan investor dalam mengevaluasi profitabilitas perusahaan sebelum melakukan investasi. Pengaruh terhadap profitabilitas bank telah dipelajari pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dedeh Surdayanti (2018) . Pemanfaatan *mobile banking* memiliki efek yang merujuk pada pembagian asset (ROA), yang mungkin disebabkan oleh adopsi yang tidak lengkap atau penggunaan layanan ini oleh pelanggan yang terbatas. Ketut Tanti Kustina dan Yunique Wulandari Sugiarto (2020) melaksanakan penelitian yang menunjukkan bahwa e-banking memiliki dampak yang patut diperhatikan dan menguntungkan terhadap kinerja perbankan di Indonesia. Variasi dalam hasil penyelidikan ini tidak diragukan lagi disebabkan oleh banyak faktor.

Sehingga peneliti termotivasi untuk melaksanakan studi berdasarkan penelitian yang ada dengan judul **“Pengaruh *Mobile Banking* dan *Internet Banking* Terhadap Profitabilitas Perbankan Pada PT Bank Central Asia Periode 2013-2024”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan pemaparan sebelumnya, studi ini mengusulkan rumusan masalah yakni :

1. Bagaimana pengaruh *Mobile Banking* terhadap Profitabilitas pada PT. Bank Central Asia ?

2. Bagaimana pengaruh *Internet Banking* terhadap Profitabilitas pada PT. Bank Central Asia ?
3. Bagaimana pengaruh *Mobile Banking* dan *Internet banking* secara simultan berpengaruh terhadap Profitabilitas pada PT. Bank Central Asia ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sebagai tindak lanjut dari rumusan masalah yang telah ditetapkan di atas maka tujuan di lakukannya perumusan masalah tersebut dalam penelitian ini ialah:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Mobile Banking* terhadap Profitabilitas perbankan pada Bank Central Asia.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Internet Banking* terhadap Profitabilitas perbankan pada Bank Central Asia.
3. Untuk menganalisis pengaruh *Mobile Banking* dan *Internet Banking* secara simultan terhadap Profitabilitas perbankan pada Bank Central Asia.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis, dan dapat memberikan manfaat yang meliputi :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan referensi terhadap ilmu perbankan dan mengenai ilmu *Mobile Banking* dan *Internet Banking* yang berkaitan dengan kinerja keuangan serta sebagai sumber informasi juga bahan perbandingan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Penulis

Secara praktis penelitian ini dapat menambah ilmu bagi penulis tentang perbankan, tentunya yang berkaitan dengan *Mobile banking* dan *Internet banking* serta Profitabilitas .

b) Bagi Bank

Hasil penelitian dapat memberikan sumbangan pemikiran dan wawasan agar dapat mendorong motivasi perbankan dalam hal mengelola sistem *Mobile banking* dan *Internet banking* yang lebih baik.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan dalam penelitian ini di susun dengan sistematika secara berurutan yang terdiri dari beberapa bab sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS

Bab ini berisi tentang tinjauan umum tentang landasan teori, kerangka konseptual, hipotesis yang di gunakan pada penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang ruang lingkup penelitian, populasi, sampel, jenis dan sumber data, Teknik pengambilan data, definisi operasional, instrumen penelitian, serta Teknik Analisa data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan mengenai hasil dari uji olah data, pengujian hipotesis dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang didapat dan saran penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

BAB II

LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Menurut (Sari dan Yanto, n.d.), teori sinyal (*Signaling Theory*) menjelaskan cara perusahaan memberikan informasi kepada pihak luar agar mampu menunjukkan kondisi dan hasil kerja perusahaan secara jelas. Informasi ini berperan sebagai tanda atau sinyal yang memengaruhi bagaimana investor, nasabah, dan pihak lain menilai kualitas serta kemungkinan masa depan perusahaan. Dalam teori ini, manajemen bertindak sebagai pengirim sinyal, sedangkan investor dan masyarakat umum menjadi penerima sinyal yang kemudian memahami informasi tersebut sebagai kabar baik atau buruk, tergantung isi dan sifatnya.

Teori sinyal ini menjelaskan bahwa perusahaan memilih informasi tertentu untuk disampaikan kepada publik agar mengurangi kesenjangan informasi. Menurut (Kurniawan & Dwiastuti, 2023), dalam sektor perbankan modern, pengembangan layanan digital seperti mobile banking dan internet banking adalah salah satu bentuk sinyal positif. Hal ini menunjukkan bahwa bank berusaha meningkatkan efisiensi, memperbaiki kualitas layanan, serta beradaptasi dengan perubahan teknologi. Sinyal digital ini mencerminkan bahwa bank memiliki operasi yang sehat, inovatif, dan kompetitif.

Selain itu, (Saputra et.al 2023) menyebutkan bahwa penyampaian informasi atau inovasi berbasis digital dapat dianggap sebagai tanda kinerja yang baik.

Layanan digital banking mampu meningkatkan volume transaksi, mempercepat layanan, mengurangi pengeluaran operasional, serta mendorong pertumbuhan pendapatan non-bunga. Hal ini tercermin dalam peningkatan tingkat profitabilitas perusahaan, seperti *Return on Assets* (ROA) atau *Return on Equity* (ROE), yang memberikan tanda tambahan bagi investor bahwa kondisi keuangan perusahaan kuat dan efektif.

Oleh karena itu, teori sinyal digunakan dalam penelitian ini karena layanan mobile banking dan internet banking yang dikembangkan oleh Bank Central Asia (BCA) tidak hanya sekadar inovasi teknologi, tetapi juga sebagai sinyal positif yang menunjukkan peningkatan efisiensi, kualitas layanan, dan kinerja keuangan perusahaan.

Sinyal tersebut mungkin memengaruhi persepsi investor dan berdampak pada tingkat profitabilitas BCA selama periode 2013 hingga 2024.

2.1.2 Digital Banking

Layanan perbankan digital ialah kegiatan perbankan yang dilakukan secara mandiri yang memanfaatkan fasilitas elektronik atau *digital* yang dimiliki oleh bank atau media *digital* yang dimiliki oleh calon nasabah atau nasabah bank. Hal tersebut di atas memfasilitasi kemampuan nasabah bank potensial untuk memperoleh data, berkorespondensi, mendaftar, memulai operasi perbankan, dan mengakhiri akun, selain untuk mendapatkan informasi dan melaksanakan operasi di luar komoditas perbankan, seperti konsultasi keuangan (penasihat keuangan),

investasi, perdagangan elektronik sistem transaksi (*e-commerce*), dan permintaan lainnya yang di lakukan oleh nasabah bank.

Digital banking atau digitalisasi produk perbankan ialah ragam layanan baru dari perbankan nasabah yang berpatokan pada teknologi digital. Hal tersebut di lakukan agar akses layanan perbankan dapat menjadi lebih mudah dan efisien. Beberapa layanan digital banking yang ada dalam penelitian ini *meliputi mobile banking* dan *internet banking*.

2.1.3 Mobile Banking

Mobile Banking atau yang biasa di sebut dengan m-banking ialah layanan keuangan yang memungkinkan nasabah untuk mengakses transaksi perbankan. Melalui perangkat komunikasi layar sentuh, seperti ponsel, melalui aplikasi seluler khusus.

Mobile banking menawarkan berbagai layanan yang sebanding dengan yang disediakan oleh ATM, seperti kemampuan untuk mentransfer dana, melihat saldo rekening, melakukan modifikasi rekening, mengakses data nilai tukar, melakukan pembayaran (misalnya, telepon, PLN, arus kas, kredit kartu), dan terlibat dalam pembelian kredit, kecuali penarikan tunai. Layanan *mobile banking* seperti *SMS banking* juga dapat di akses langsung melalui ponsel, namun lebih canggih. *Mobile banking* juga kan mempermudah prosedur transaksi nasabah di bandingkan dengan *SMS banking*.

Sumarwan (2017) menegaskan bahwa *mobile banking* adalah layanan perbankan yang difasilitasi melalui perangkat telekomunikasi dan ditawarkan oleh lembaga keuangan. Serupa dengan konsep *internet banking*, di mana nasabah

diberikan kemudahan dalam melakukan aktivitas perbankan dari jarak jauh tanpa perlu kehadiran fisik di cabang bank, nasabah dapat melakukan transaksi perbankan melalui pengiriman pesan teks singkat (SMS) Pelayanan pusat bank. Layanan mobile banking berbeda dari bentuk perbankan digital lainnya, seperti SMS banking dan internet banking. Layanan M banking ialah fasilitas berbasis mobile yang ditawarkan oleh lembaga keuangan yang menyediakan layanan serupa dengan ATM, kecuali penarikan tunai. Internet banking ialah layanan keuangan yang ditawarkan oleh bank yang mengharuskan nasabah untuk mengakses informasi, berkomunikasi, dan melakukan transaksi moneter melalui infrastruktur internet (Wulandari & Moeiono, 2017).

Hadirnya mobil banking telah mendorong bank untuk mempersingkat proses transaksi bagi nasabah. Nasabah yang menggunakan layanan mobile banking tidak lagi diharuskan untuk mengunjungi ATM atau tempat perbankan secara fisik, karena mereka dapat melakukan operasi perbankan dengan mudah dan langsung melalui perangkat mobile mereka kapan saja dan di mana saja.

a) Faktor yang Mempengaruhi Pengaruh Mobile Banking

Terdapat beberapa hal yang memberikan dampak pada nasabah dalam menggunakan M banking. Dalam laporan penelitian bank BCA menginventarisir enam faktor yang memberikan dampak pada nasabah dalam memakai M banking, di antaranya yakni:

1. keamanan sistem *M banking*

Bagi nasabah untuk dapat memanfaatkan layanan M banking, keamanan terhadap sistem transaksi keuangan melalui sistem online merupakan faktor

terpenting dalam pelayanan. Pelanggan mengharapkan penyedia layanan mampu menyediakan dan menjamin keamanan transaksi *M banking*.

2. Kemudahan penggunaan layanan

Kemudahan mengakses sistem layanan online melalui media *Mobile banking* menjadi faktor pendukung kecenderungan nasabah untuk memanfaatkan layanan *Mobile banking*. Terdapat korelasi positif antara tingkat kemudahan yang diberikan kepada nasabah dalam mengakses layanan *mobile banking* yang disediakan oleh suatu perusahaan dan tingkat ketertarikan mereka terhadap layanan tersebut, serta tingkat dukungan yang mereka tunjukkan terhadap layanan tersebut.

3. Privasi Pengguna

Pelanggan mengharapkan privasi nasabah yang tinggi dalam sistem *mobile banking* atau transaksi keuangan. Nasabah tidak ingin informasinya di ungkapkan atau dibagikan oleh perusahaan. Oleh karena itu, privasi pengguna menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan layanan *Mobile banking*.

4. Keandalan Layanan

Transaksi *mobile banking* menawarkan fleksibilitas sementara dan berbagai keuntungan. Perusahaan yang mampu menawarkan bantuan sepanjang waktu cenderung dianggap lebih menarik bagi klien mereka.

5. Kredibilitas perusahaan jasa layanan

Perbankan kredibilitas penyedia layanan menjadi salah satu faktor penentu apakah nasabah akan memanfaatkan layanan *Mobile banking* atau tidak.

Pelanggan lebih cenderung menggunakan layanan *Mobile banking* dari organisasi dengan tingkat kredibilitas yang tinggi.

6. kecepatan penyedia layanan

Mobile banking kini harus memenuhi kebutuhan dan permintaan nasabah yang semakin kompleks. Dalam sistem mobil banking, kecepatan koneksi merupakan salah satu penting. Walaupun kesalahan ini tidak berasal dari sistem perbankan, tetapi pada profider yang digunakan oleh nasabah. Profider jaringan bergantung pada sinyal penyedia jaringan, kesalahan koneksi sering terjadi di area dengan jangkauan signal terbatas.

1. Dampak Penggunaan *Mobile Banking*

Pengguna *Mobile banking* memiliki efek yang sangat positif terhadap bank maupun nasabah nya. Bank akan diuntungkan karena jumlah nasabah akan meningkat dan reputasi bank juga akan meningkat. Sementara itu, nasabah akan mendapatkan layanan yang lebih baik dari bank, karena M banking akan memudahkan para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan atau hanya untuk mengecek saldo rekening yang ada di mana saja, dan kapan saja tanpa batasan ruang dan waktu.

Mobile banking sangat mudah dipahami karena fitur dasarnya. Selain memudahkan konsumen dalam bertransaksi, layanan M banking juga bermanfaat bagi perbankan. Dengan mobile banking, bank juga dapat merasa lebih mudah diakses oleh konsumen nya (Haris, 2017) .

2. Kelebihan *Mobile Banking*.

Mobile banking memiliki manfaat yang cukup banyak bagi penggunanya, menurut (Riswandi 2015) disebutkan sebagai berikut:

a) Kemudahan layanan

Layanan *Mobile banking* mempunyai keunggulan daripada layanan *internet banking* karena sangat mudah untuk terhubung, sedangkan untuk online banking, beberapa lokasi tidak memiliki akses ke internet. Pelanggan akan lebih mudah melakukan transaksi keuangan sebagai hasilnya, yang akan menghasilkan peningkatan penghematan waktu. Layanan *mobile banking* menawarkan keunggulan tertentu dibandingkan internet banking karena kemudahan kemudahan konektivitas. Berbeda dengan internet banking yang membutuhkan akses jaringan internet, layanan *mobile banking* relatif lebih mudah diakses. Ini memfasilitasi transaksi keuangan bagi pelanggan, menghasilkan penghematan waktu.

b) Keragaman Fitur

Pengoperasian langsung dari *mobile banking* sangat mudah dan sederhana untuk dipahami. Karena itu, setiap instruksi disajikan dengan cara yang luas dan komprehensif. Aspek dasar dari *mobile banking* sangat mudah dipahami. Petunjuk tersebut disajikan secara jelas dan komprehensif, sehingga dapat mengoptimalkan efisiensi biaya.

c) Keamanan

Klien akan menerima notifikasi SMS jika ada tindakan pada akun pelanggan, baik itu menyetor uang, menari uang, atau mentransfer uang

antar rekening, *mobile banking* dapat membantu menurunkan risiko penipuan. Ini benar dari perspektif keamanan dan kenyamanan. *Mobile banking* memiliki potensi untuk memitigasi risiko efektivitas penipuan karena pemberian notifikasi SMS kepada nasabah jika terjadi aktivitas transaksi di rekeningnya, termasuk penyetoran, penarikan, dan transfer antar rekening. Fitur keamanan ini meningkatkan keamanan mobil banking secara keseluruhan.

d) Biaya Bank Lebih Ekonomis

Penggunaan layanan *mobile banking* dapat menghasilkan penghematan biaya jika dibandingkan dengan tele banking serta biaya yang lebih murah. Selain itu, klien mungkin merasa lebih mudah dan nyaman untuk menyelesaikan transaksi berkat opsi tambahan ini. Layanan *mobile banking* berpotensi mengurangi biaya yang terkait dengan tele banking dan mengurangi biaya. Selain itu, penyediaan fitur tambahan ini berpotensi meningkatkan kemudahan nasabah dalam melakukan transaksi keuangannya.

3. kekurangan *Mobile Banking*

Namun juga terdapat kekurangan kekurangan yang ada pada layanan *mobile banking*, secara umum, ada empat risiko yang di kelompok kan dalam pemakaian M banking yaitu sebagai berikut:

1. Operations Risk, bahaya yang diakibatkan atau disebabkan oleh aktivitas kecurangan, kegagalan pada prosedur, gangguan sistem, atau aktivitas yang

tidak terduga dan dapat mengakibatkan kerugian finansial bagi bank dan nasabahnya.

2. Reputation Risk, jika layanan mobile banking tidak berfungsi secara optimal, maka dapat berdampak signifikan terhadap citra korporasi bank.
3. Outsourcing Risk, Pemberian kredit melalui sarana elektronik seperti produk kartu kredit dapat menimbulkan risiko kredit bagi bank.

2.1.4 Internet Banking

Internet banking adalah layanan keuangan yang ditawarkan oleh bank yang mengharuskan nasabah untuk mengakses informasi, berkomunikasi, dan melakukan transaksi moneter melalui infrastruktur internet. (Wulandari & Moeiono, 2017)

Beberapa kelebihan internet banking di antaranya adalah sebagai berikut:

Kemudahan penggunaan: *internet banking* memungkinkan nasabah untuk mengakses rekening bank mereka kapan saja dan di mana saja selama memiliki koneksi internet. Nasabah tidak perlu pergi ke bank fisik atau mengikuti jam operasional tertentu. Dengan internet banking, kita dapat mengelola transaksi perbankan dengan mudah dan cepat.

- 1) Kemudahan Akses: dengan *internet banking*, pengguna dapat melakukan transaksi perbankan kapan saja, bahkan di luar jam operasional bank. Hal ini memberikan fleksibilitas waktu bagi nasabah untuk mengatur keuangan tanpa harus terbatas pada jam kerja bank.
- 2) keterjangkauan: penggunaan *internet banking* biasanya gratis atau dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan biaya administrasi yang

mungkin dikenakan untuk layanan perbankan konvensional. Ini membuatnya menjadi pilihan yang lebih hemat biaya untuk melaksanakan berbagai jenis transaksi perbankan.

- 3) layanan real time: *internet banking* tersedia 24 jam sehari, tujuh hari seminggu. Ini berarti nasabah dapat mengakses rekening mereka dan melakukan transaksi kapan saja, termasuk di akhir pekan atau hari libur.
- 4) pemantauan dan pengendalian keuangan: dengan internet banking, nasabah dapat melacak aktivitas keuangan secara real time. Ini memberi kontrol penuh atas keuangan pribadi mereka dan memungkinkan nasabah untuk membuat keputusan lebih bijaksana dalam pengelolaan uang.

2.1.5 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu dengan memanfaatkan seluruh sumber daya yang dimilikinya secara efektif dan efisien. Menurut Pratama dan Rahayu (2020), profitabilitas menjadi ukuran utama keberhasilan suatu perusahaan karena menunjukkan kemampuan manajemen dalam menciptakan keuntungan dari kegiatan operasional. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, maka semakin baik pula kinerja keuangan perusahaan, sebab hal tersebut menandakan bahwa perusahaan mampu mengelola aset dan modal secara optimal.

Menurut (Wulandari & Fitri 2021), profitabilitas tidak hanya menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba, tetapi juga mencerminkan tingkat efisiensi dalam pengelolaan sumber daya. Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi menunjukkan bahwa strategi operasional, pemasaran,

serta manajemen biaya telah dijalankan dengan efektif. Sebaliknya, tingkat profitabilitas yang rendah menandakan adanya permasalahan dalam efisiensi pengelolaan aset maupun struktur biaya yang tidak optimal.

Profitabilitas menjadi salah satu aspek penting dalam menilai kesehatan keuangan perusahaan karena secara langsung berhubungan dengan kemampuan perusahaan mempertahankan keberlanjutan usahanya. Menurut Hidayat dan Nuraini (2022), Profitabilitas yang tetap atau terus meningkat setiap tahun menunjukkan bahwa perusahaan mampu bertahan dalam persaingan dan memiliki prospek pertumbuhan yang baik di masa depan. Hal ini menjadikan profitabilitas sebagai salah satu pertimbangan utama bagi investor dan kreditor dalam menilai kelayakan investasi dan pemberian pinjaman.

Dalam konteks perbankan, profitabilitas memiliki peran penting dalam menunjukkan efektivitas manajemen bank dalam mengelola dana pihak ketiga dan aset produktif lainnya. Menurut Fauziah dan Hidayat (2020), profitabilitas perbankan dapat dilihat dari kemampuan bank dalam menghasilkan laba melalui kegiatan intermediasi, seperti penyaluran kredit dan investasi pada instrumen keuangan. Profitabilitas yang tinggi menandakan bahwa bank mampu menekan biaya operasional dan meningkatkan efisiensi pendapatan bunga.

Selanjutnya, profitabilitas juga dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal perusahaan. Faktor internal mencakup efisiensi operasional, struktur modal, serta kemampuan manajemen dalam mengambil keputusan investasi. Sedangkan faktor eksternal dapat berupa kondisi ekonomi makro, tingkat suku bunga, inflasi, serta kebijakan pemerintah. Menurut Sari dan Fadilah (2021),

kombinasi antara faktor internal dan eksternal ini akan menentukan seberapa besar tingkat keuntungan yang dapat dicapai perusahaan dalam periode tertentu.

Rasio keuangan digunakan sebagai alat analisis utama untuk menilai profitabilitas perusahaan. Menurut Rahman dan Putri (2022), beberapa rasio yang umum digunakan antara lain *Return on Assets (ROA)*, *Return on Equity (ROE)*, *Net Profit Margin (NPM)*, dan *Earning per Share (EPS)*. Rasio-rasio tersebut menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari berbagai aspek, baik dari total aset, modal sendiri, maupun dari tingkat penjualan yang dilakukan.

Return on Equity (ROE) sering digunakan sebagai indikator utama untuk mengukur profitabilitas karena mencerminkan tingkat pengembalian bagi pemegang saham atas modal yang mereka investasikan. Menurut Ramadhani dan Lestari (2021), ROE yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola modalnya secara efisien untuk menghasilkan laba bersih. ROE juga menjadi indikator kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan, karena menggambarkan seberapa efektif modal digunakan dalam menghasilkan keuntungan.

Selain ROE, indikator lain yang penting adalah *Return on Assets (ROA)*, yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan memanfaatkan aset yang dimiliki untuk memperoleh laba. Menurut Susanti dan Dewi (2023), ROA yang meningkat menunjukkan bahwa perusahaan berhasil mengoptimalkan penggunaan aset produktifnya untuk menghasilkan pendapatan yang lebih besar. Sementara itu, *Net Profit Margin (NPM)* menunjukkan persentase laba bersih yang diperoleh dari

setiap penjualan, dan *Earning per Share (EPS)* mengindikasikan keuntungan yang diperoleh setiap lembar saham.

Profitabilitas juga memiliki hubungan erat dengan nilai perusahaan. Menurut (Wardani dan Pramesti 2020), semakin tinggi tingkat profitabilitas, maka semakin besar pula potensi peningkatan nilai perusahaan di mata investor. Hal ini karena laba yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya secara efisien dan berkelanjutan. Dengan demikian, profitabilitas menjadi salah satu faktor utama yang dapat meningkatkan daya tarik perusahaan di pasar modal.

Hubungan antara profitabilitas dan kinerja keuangan dapat disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan aspek kunci dalam pengukuran kinerja keuangan. Profitabilitas tidak hanya menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba, tetapi juga mencerminkan keberhasilan manajemen dalam mengelola aset, modal, dan penjualan secara efisien. Evaluasi terhadap profitabilitas sangat penting untuk mengetahui sejauh mana perusahaan mampu mencapai tujuan keuangannya dan mempertahankan keberlangsungan usahanya di masa depan

2.1.5 Indikator Profitabilitas

Profitabilitas merupakan indikator yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari sumber daya yang dikelola. Menurut Siregar dan Nurfadila (2020), pengukuran profitabilitas penting untuk menilai efektivitas kebijakan manajerial dalam mencapai tujuan keuangan.

Penelitian ini menggunakan **Return on Equity (ROE)** sebagai alat ukur utama dalam menilai Profitabilitas Perbankan. ROE dipilih karena dapat menunjukkan seberapa efektif perusahaan dalam mengelola modal sendiri untuk menghasilkan laba bersih. Menurut (Fitriani dan Pramesti 2023), semakin tinggi nilai ROE, maka semakin baik kinerja keuangan perusahaan karena menunjukkan efisiensi dalam penggunaan modal untuk menghasilkan keuntungan. Rumus perhitungan *Return on Equity (ROE)* adalah sebagai berikut:

$$\text{ROE} = \text{Laba Bersih} / \text{Total Ekuitas} \times 100\%$$

Sumber : Kasmir (2015:198)

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan suatu faktor pendukung dari sebuah penelitian. Begitu juga dalam penelitian ini diselesaikan dengan dukungan penelitian terdahulu yang relevan, di antaranya adalah sebagai berikut :

Pada penelitian (Syahputra dan Suparno 2022) meneliti *pengaruh internet banking* dan *mobile banking* terhadap kinerja keuangan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016–2020. Variabel independen dalam penelitian tersebut adalah *internet banking* dan *mobile banking*, sedangkan variabel dependennya adalah kinerja keuangan yang diproksikan melalui *Return on Assets (ROA)* sebagai ukuran profitabilitas bank. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda, serta melibatkan tujuh bank sebagai sampel penelitian yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *internet banking* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perbankan, sedangkan *mobile banking* tidak

memberikan pengaruh yang signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan penggunaan internet banking mampu memperbaiki efisiensi dan produktivitas bank, sementara penggunaan *mobile banking* belum secara langsung meningkatkan profitabilitas bank secara signifikan pada periode penelitian tersebut.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada periode penelitian, objek, dan indikator kinerja keuangan yang digunakan. Rahmad Syahputra meneliti bank-bank umum di BEI dengan periode 2016–2020, sedangkan penelitian ini akan berfokus pada PT Bank Central Asia Tbk (BCA) dengan periode 2013–2024, agar dapat memberikan gambaran yang lebih relevan terhadap perkembangan layanan digital banking pasca pandemi Covid-19. Selain itu, penelitian ini menggunakan *Return on Equity (ROE)* sebagai indikator utama kinerja keuangan, bukan ROA, karena ROE dinilai lebih mampu mencerminkan tingkat pengembalian modal bagi pemegang saham. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperluas hasil temuan (Syahputra & Suparno, 2022) dengan konteks objek penelitian yang lebih spesifik.

Pada penelitian (Ayuningtyas & Sufina, 2023.) meneliti pengaruh penggunaan *mobile banking*, *internet banking*, dan ATM terhadap kinerja keuangan perbankan pada sektor bank konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017–2021. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik purposive sampling, sehingga diperoleh 13 bank sebagai sampel penelitian. Variabel dependen yang digunakan adalah kinerja keuangan, yang diukur menggunakan *Return on Assets (ROA)*, sedangkan variabel independennya meliputi *mobile banking*, *internet banking*, dan ATM.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek dan periode penelitian. Penelitian Ayuningtyas dan Sufina menggunakan data perbankan konvensional periode 2017–2021, sedangkan penelitian ini akan memfokuskan pada PT Bank Central Asia Tbk (BCA) dengan periode 2013–2024, agar lebih relevan terhadap perkembangan transformasi digital pasca pandemi Covid-19. Selain itu, penelitian ini hanya akan menggunakan dua variabel utama, yaitu *mobile banking* dan *internet banking*, tanpa ATM, karena keduanya merupakan bentuk utama digital banking modern yang paling banyak digunakan saat ini. Indikator kinerja keuangan juga berbeda, di mana penelitian ini menggunakan Return on Equity (ROE), bukan ROA, karena ROE dianggap lebih mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memberikan keuntungan bagi pemegang saham.

Pada penelitian ini (Awalin et al., 2025) menggunakan variabel *mobile banking*, *internet banking*, dan transformasi digital sebagai variabel independen serta kinerja keuangan sebagai variabel dependen. Penelitian ini menghasilkan temuan yang menunjukkan bahwa peningkatan penggunaan layanan perbankan digital, khususnya *mobile banking*, *internet banking*, dan transformasi digital, secara simultan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perbankan. Namun, secara parsial, *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan *internet banking* dan transformasi digital berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kinerja keuangan. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya variabel independen yang digunakan. Penelitian sebelumnya menggunakan tiga variabel independen, yaitu *mobile banking*, *internet banking*,

dan transformasi digital, sedangkan penelitian ini menggunakan dua variabel independen, yaitu *mobile banking* dan *internet banking*. Selain itu, dari sisi objek penelitian, penelitian sebelumnya menggunakan beberapa perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI, sedangkan penelitian ini memfokuskan penelitian pada PT Bank Central Asia Tbk (BCA). Perbedaan pada pendekatan analisis data, di mana penelitian sebelumnya menggunakan regresi data panel, sedangkan penelitian ini menggunakan Regresi linear Berganda.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

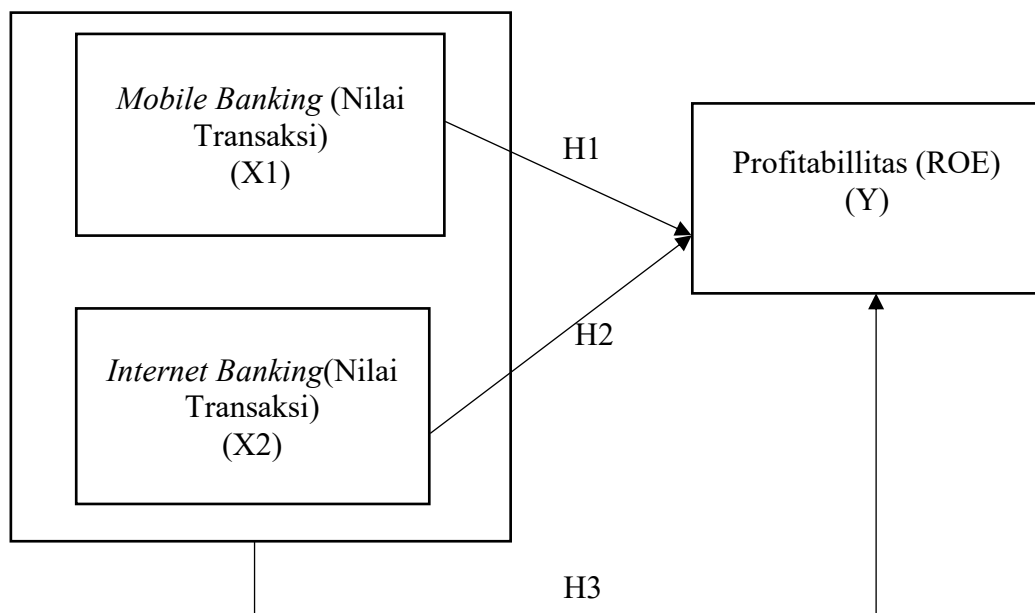
No	Nama dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	“(Syahputra & Suparno, 2022) Pengaruh penggunaan internet banking dan mobile banking Terhadap kinerja keuangan perbankan (studi pada perbankan Yang terdaftar di bursa efek indonesia 2016-2020)”	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan analisis regresi linear berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>internet banking</i> berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan, sedangkan <i>mobile banking</i> tidak berpengaruh signifikan.
2	“(Ayuningtyas & Sufina, 2023)Pengaruh Penggunaan Mobile Banking, Internet Banking, dan ATM terhadap Kinerja Keuangan Perbankan (Studi Kasus Sektor Bank Konvensional yang Terdaftar di BEI Tahun 2017–2021)”	Penelitian kuantitatif dengan metode regresi linier berganda dan teknik purposive sampling pada 13 bank konvensional di BEI periode 2017–2021.	<i>Mobile banking</i> dan <i>internet banking</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan, sedangkan ATM berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perbankan.
3	“(Irwan Moridu. 2020)Pengaruh Digital Banking Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan (Studi Pada PT. Bank	Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Jenis penelitian ini	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan digital banking secara parsial tidak berpengaruh

	Negara Indonesia (Persero Tbk) “	termasuk penelitian deskriptif komulatif	terhadap nilai perusahaan
4	“(Tsullatul Awal et al., 2025)Pengaruh <i>Mobile Banking</i> , <i>Internet Banking</i> dan Transformasi Digital terhadap Kinerja Keuangan”	Metode kuantitatif dengan analisis regresi data panel menggunakan aplikasi Eviews.	<i>Mobile banking</i> berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan <i>internet banking</i> dan transformasi digital berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kinerja keuangan.
5	(Malik et al., 2024) Analisis Pengaruh Internet Banking dan Mobile Banking terhadap Kinerja Keuangan Perbankan di Indonesia	Penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data sekunder diambil dari laporan keuangan bank konvensional periode 2019–2023. Analisis menggunakan regresi linier berganda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Internet Banking</i> dan <i>Mobile Banking</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perbankan. Artinya, semakin tinggi tingkat pemanfaatan layanan digital tersebut, semakin baik pula kinerja keuangan yang dihasilkan. Penulis menyimpulkan bahwa digitalisasi layanan menjadi faktor kunci peningkatan efisiensi dan profitabilitas bank.
6	“(Saputra et al., 2023) Pengaruh Internet Banking dan Mobile Banking terhadap Kinerja Bank Umum Konvensional di Indonesia	Penelitian kuantitatif dengan analisis regresi untuk melihat pengaruh Internet Banking dan Mobile Banking terhadap ROA bank umum konvensional.	Internet Banking dan Mobile Banking berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan bank umum konvensional di Indonesia. Digitalisasi perbankan dinilai meningkatkan efisiensi dan profitabilitas.

Sumber : Hasil Olahan Peneliti

2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah model konseptual yang menjelaskan bagaimana teori terkait dengan berbagai faktor yang dianggap sebagai masalah penting (Sugiyono, 2019: 95). Dengan demikian, berdasarkan teori yang menjadi dasar dan hasil penelitian sebelumnya mengenai hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, maka dapat dikembangkan kerangka pemikiran teoretis sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Keterangan :

1. Variabel Independen dalam penelitian ini adalah (*Mobile Banking* dan *Internet Banking*)
2. Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah (Profitabilitas)

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara yang diajukan untuk menjawab pertanyaan dalam perumusan masalah penelitian. Jawaban yang benar baru akan terungkap setelah peneliti mengumpulkan data dan menganalisis hasilnya (Rahmawati, 2020). Dengan mempertimbangkan deskripsi masalah dan kerangka teori sebelumnya, peneliti mengusulkan hipotesis berikut untuk penelitian ini:

- H1 :** Diduga *Mobile Banking* berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perbankan pada PT Bank Central Asia Periode 2013-2024.
- H2 :** Diduga *Internet Banking* berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perbankan pada PT Bank Central Asia Periode 2013-2024
- H3 :** Diduga *Mobile Banking* dan *Internet Banking* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perbankan pada PT Bank Central Asia Periode 2013-2024

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian berkaitan dengan cara, kategori, dan esensi penelitian. Berdasarkan latar belakang kontekstual dari masalah yang diuraikan sebelumnya, penelitian ini mengadopsi metodologi kuantitatif, khususnya yang berkaitan dengan data numerik dan kuantitatif, guna menguji hubungan variabel independen terhadap variabel dependen (Hidayat, 2017). Penelitian kuantitatif bersifat positivis dan menyelidiki populasi atau sampel (Sugiyono, 2017). Analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dan menggunakan peralatan penelitian untuk mengevaluasi teori.

Penelitian ini dilakukan pada lembaga perbankan yang berada di BCA. Penelitian difokuskan pada laporan keuangan tahunan yang tercatat di website resmi bank BCA antara tahun 2013 sampai dengan tahun 2024. Data tersebut diperoleh dengan melakukan penelusuran menyeluruh pada situs resmi BCA. Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif, yang melibatkan perumusan masalah penelitian yang berupaya membangun hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2019). Studi ini menggunakan metodologi untuk menilai dampak perbankan digital terhadap kinerja keuangan perbankan di BCA. Penelitian ini menggunakan variabel *Mobile Banking* dan *Internet Banking* sebagai variabel independen serta Profitabilitas sebagai variabel dependen.

3.2 Populasi Dan sampel

3.2.1 Populasi

Proses pengumpulan data merupakan langkah penting dalam melakukan penelitian karena memungkinkan perolehan wawasan yang berharga tentang karakteristik elemen yang sedang diselidiki. Pernyataan tersebut di atas sejalan dengan pandangan Sugiyono (2019: 126), Di mana ia mendefinisikan populasi sebagai “suatu domain menyeluruh yang terdiri dari entitas atau individu yang memiliki atribut dan sifat tertentu yang telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti untuk tujuan pemeriksaan dan efisiensi selanjutnya.”

Sesuai dengan penegasan (Arikunto, 2019) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan Bank Central Asia (BCA) yang telah diterbitkan dan dipublikasikan melalui website resmi Bank BCA, periode 2013-2024.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, yang diambil ketika ukuran populasi sangat luas dan peneliti menghadapi keterbatasan sumber daya keuangan, modal manusia, ataupun waktu. Oleh karena itu, penggunaan teknik pengambilan sampel menjadi alternatif agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan ke populasi secara valid asalkan sampel benar-benar representatif. (Sugiyono, 2019: 127).

Teknik pengambilan sampel umumnya di bedakan menjadi dua jenis yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Probability sampling meliputi *simple random*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratified random*, dan *area random*. Non probability sampling meliputi *systematic sampling*, *quota sampling*, *accidental sampling*, *purposive sampling*, *saturation sampling*, dan *snowball sampling* (Sugiyono, 2016: 118-119).

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2019:133), *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan atau kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti.

Pemilihan sampel pada penelitian ini di tentukan berdasarkan kriteria yang telah di tentukan peneliti. Adapun Kriteria sampel penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bank BCA memiliki laporan keuangan periode 2013 sampai 2024 yang telah dipublikasikan di website resmi BCA www.bca.co.id
2. laporan tahunan keuangan BCA yang telah mengadopsi sistem *Mobile Banking* dan *Internet Banking*

Berdasarkan kriteria tersebut, yang menjadi sampel pada penelitian ini ialah Laporan Keuangan BCA periode tahun 2013 sampai tahun 2024.

3.3 Jenis Dan Sumber Data

Informasi penelitian yang dikumpulkan dikategorikan menjadi dua jenis utama, yaitu data primer dan data sekunder (Siregar,2021: 45).

1. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama oleh peneliti melalui wawancara, observasi, atau survei lapangan.

2. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui sumber yang sudah ada, seperti laporan, arsip, jurnal, maupun publikasi resmi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data sekunder sebagai sumber utama. Menurut Indriantoro dan Supomo (2019: 147), data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara yang telah dikumpulkan dan didokumentasikan oleh pihak lain. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan PT Bank Central Asia Tbk (BCA) periode 2013–2024, yang diperoleh dari situs resmi BCA www.bca.co.id

3.4 Teknik Pengambilan Data

Pengumpulan data merupakan salah satu tahapan paling penting dalam proses penelitian karena menentukan kualitas dan validitas hasil penelitian. Menurut Sugiyono (2019:224), pengumpulan data adalah suatu proses sistematis untuk memperoleh data yang relevan dan akurat guna menjawab rumusan masalah serta menguji hipotesis penelitian. Metode pengumpulan data penelitian ini ialah:

- a. Dokumentasi

Dokumentasi mengacu pada proses pengumpulan data melalui penggunaan berbagai dokumen yang tersedia dalam suatu organisasi. Metodologi yang digunakan untuk mengumpulkan data melibatkan penggunaan analisis dokumen dan catatan yang berkaitan dengan laporan keuangan tahunan organisasi. Proses dokumentasi meliputi penyusunan laporan keuangan tahunan BCA dari tahun 2013 hingga tahun 2024.

3.5 Defenisi Operasional

Sugiyono (2019:38), definisi operasional variabel adalah penjelasan mengenai karakteristik, kualitas, atau kuantitas dari suatu objek atau kegiatan yang dapat diamati dan diukur, serta menunjukkan variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk tujuan analisis dan pengujian hipotesis. Dengan adanya definisi operasional, setiap variabel dalam penelitian dapat diukur secara objektif sesuai dengan indikator yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas (independen) dan satu variabel terikat (dependen).

Penelitian ini harus mendefinisikan kata katanya untuk meminimalkan kebingungan. Variabel dependen penelitian ini ialah Profitabilitas yang diukur dengan ROE. Variabel tersebut meliputi:

a) Variabel Terikat (Profitabilitas)

Menurut (Tazza, 2024) profitabilitas adalah rasio keuangan yang menunjukkan tingkat perolehan (keuntungan) dibandingkan dengan total asset. Semakin tinggi profitabilitas mengidentifikasikan bahwa semakin baik kemampuan pada perusahaan dalam memperoleh keuntungan dan memanfaatkan sumber daya yang tersedia. Penggunaan teknologi di industri keuangan dapat mempengaruhi profitabilitas dengan memperluas akses ke layanan keuangan dan mengurangi biaya operasional melalui otomatisasi dan teknologi canggih. Inovasi produk dan layanan, seperti pembayaran digital, memungkinkan bank dan lembaga keuangan menawarkan solusi yang lebih efisien dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, mengukur profitabilitas sangat dibutuhkan oleh Perusahaan untuk

mengetahui dan mengevaluasi tingkat keberhasilan Perusahaan berdasarkan aktivitas keuangan yang telah dilaksanakan.

a) Variabel Bebas X1 (*Mobile Banking*)

Sunarwan (2017) menegaskan bahwa *mobile banking* adalah layanan perbankan yang difasilitasi melalui perangkat telekomunikasi dan ditawarkan oleh lembaga keuangan. Serupa dengan konsep internet banking, di mana nasabah diberikan kemudahan dalam melakukan aktivitas perbankan dari jarak jauh tanpa perlu hadir fisik di cabang bank, nasabah dapat melakukan transaksi perbankan melalui pengiriman pesan teks singkat (SMS) pelayanan pusat bank.

b) Variabel Bebas X2 (*Internet Banking*)

Internet banking ialah layanan keuangan yang ditawarkan oleh bank yang mengharuskan nasabah untuk mengakses informasi, berkomunikasi, dan melakukan transaksi moneter melalui infrastruktur internet. (Wulandari & Moeiono, 2017).

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variabel	Deskripsi	Indikator	Skala
Profitabilitas	Profitabilitas merupakan indikator utama untuk menilai kinerja keuangan bank, yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari modal yang digunakan. Menurut Kasmir	Kinerja keuangan diukur dengan rasio profitabilitas: ROE $ROE = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}} \times 100\%$	Rasio

	(2019), profitabilitas menunjukkan efektivitas manajemen dalam mengelola aset dan ekuitas untuk memperoleh keuntungan. Sedangkan Lazuardi, Muktiyanto & Budiyantri (2022) menjelaskan bahwa profitabilitas dapat diukur melalui rasio seperti) Return On Equity (ROE).		
<i>Mobile Banking</i>	Mobile banking merupakan layanan digital yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi melalui aplikasi pada perangkat seluler seperti smartphone (Nurastuti, 2011). Menurut Imamah & Safira (2021), meningkatnya transaksi mobile banking dapat berpengaruh positif terhadap	Nilai Transaksi <i>m-banking</i> pada Bank BCA tahun 2013-2024	Rasio

	profitabilitas bank.		
<i>Internet Banking</i>	Internet banking adalah layanan perbankan yang memungkinkan nasabah mengakses dan melakukan transaksi melalui jaringan internet menggunakan situs resmi bank (Putri, 2020). Mayasari, Hidayat & Hafitri (2021) menjelaskan bahwa peningkatan transaksi internet banking berpengaruh terhadap kinerja keuangan perbankan di Indonesia.	Nilai Transaksi <i>internet banking</i> pada Bank BCA tahun 2013-2024	Rasio

3.6 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui kondisi data yang digunakan dalam penelitian. Uji ini harus memenuhi syarat-syarat yaitu data yang digunakan harus terdistribusikan dengan normal, tidak mengalami multikolonieritas, autoklrelasi, dan heteroskedastisitas.

3.6.1 Uji Normalitas

Peneliti menggunakan uji satu sampel Kolmogrov-Smirnov menggunakan perangkat lunak SPSS untuk menilai normalisasi data yang di analisis.

Hipotesis yang diuji :

Ho : data berdistribusi normal

Ha : data tidak berdistribusi normal

Dengan kriteria pengujian ialah sebagai berikut:

jika signifikansi yang diperoleh $> \alpha$, maka Ho diterima.

jika signifikansi yang diperoleh $< \alpha$, maka Ho ditolak

3.6.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas. Menurut Ghozali (2016), cara menguji adanya multikolinieritas adalah dengan melihat besar nilai tolerance dan VIF. Berikut pedoman menentukan hasil uji multikolinieritas berdasarkan nilai tolerance dan VIF:

Berdasarkan nilai Tolerance

1. Jika nilai tolerance $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi
2. Jika nilai tolerance $< 0,10$ maka terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

berdasarkan Nilai VIF (Variance Inflation Factor) :

1. Jika nilai VIF $< 10,00$ maka tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi
2. Jika nilai VIF $> 10,00$ maka terjadi multikolinearitas dalam model regresi

3.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk memeriksa apakah varians residual dalam model regresi bersifat konstan atau tidak. Model regresi yang baik ditandai oleh homoskedastisitas, yaitu kondisi di mana varians residual tidak

berubah pada seluruh nilai variabel independen. Dalam penelitian ini, deteksi heteroskedastisitas dilakukan secara visual dengan menganalisis plot antara nilai prediksi terstandarisasi variabel dependen (ZPRED) dan residual yang telah di-*studentize* (SRESID) (Sabrudin & Suhendra, 2019).

Dasar analisisnya adalah jika terlihat pola yang teratur seperti gelombang, perluasan, atau penyempitan itu menandakan adanya heteroskedastisitas. Apabila plot residual tidak menunjukkan pola tertentu dan titik-titiknya tersebar secara acak di sekitar garis nol pada sumbu vertikal, hal ini mengindikasikan bahwa model regresi bebas dari heteroskedastisitas. Dengan kata lain, varians residual relatif konstan pada seluruh tingkat variabel independen, sehingga asumsi homoskedastisitas terpenuhi dan model regresi dapat dianggap layak untuk digunakan dalam analisis

3.6.4 Uji Auto Korelasi

Sebuah model regresi dianggap baik jika tidak memiliki masalah autokorelasi. Autokorelasi bisa muncul karena adanya pengamatan yang berurutan seiring waktu dan saling berkaitan satu sama lainnya (Ghozali, 2016). Tujuan dari uji autokorelasi adalah untuk mengecek apakah terdapat korelasi antara kesalahan dalam model regresi linier pada periode T dengan kesalahan pada periode sebelumnya, yaitu $t-1$. Uji ini biasanya digunakan pada data yang bersifat time series. Time series adalah jenis data yang berasal dari sumber yang sama tetapi dipengaruhi oleh urutan waktu yang berbeda.

3.6.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini membahas hubungan linear antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Teknik ini digunakan ketika variabel dependen dipengaruhi oleh lebih dari satu variabel independen. Umumnya, data yang digunakan berupa skala interval atau rasio. Persamaan yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_nX_n + e$$

Keterangan :

Y = Profitabilitas

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi Variable X

X1 = *Mobile Banking*

X2 = *Internet Banking*

3.7 Uji Hipotesis

3.7.1 Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Ghozali (2018: 98) menjelaskan bahwa uji T dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis akan dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 (Lasabuda,2022)

3.7.2 Uji Simultan (F)

Uji F digunakan untuk melihat pengaruh beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat dalam sebuah penelitian secara bersamaan. Dalam

penelitian ini, nilai signifikansi yang digunakan adalah 5% atau 0,05 dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai P Value (sig) lebih besar dari α , maka hipotesis nol (H_0) diterima.
Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap Profitabilitas.
2. Jika nilai P Value (sig) lebih kecil dari α , maka hipotesis nol (H_0) ditolak.
Artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap profitabilitas.

3.7.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) adalah ukuran yang digunakan untuk mengetahui seberapa baik model regresi dalam menjelaskan perubahan nilai variabel dependen. Nilai R^2 berada dalam rentang 0 hingga 1. Jika nilai R^2 rendah, berarti variabel independen tidak bisa menjelaskan banyak perubahan pada variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai R^2 mendekati 1, berarti variabel independen cukup baik dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen. Koefisien determinasi membantu menilai seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap perubahan variabel dependen (Sugiyono, 2017).